

# DIREITO ELEITORAL DIGITAL



DIOGO RAIS • DANIEL FALCÃO  
ANDRÉ ZONARO GIACCHETTA • PAMELA MENEGUETTI

*Autores*

DIOGO RAIS  
*Coordenação*

THOMSON REUTERS  
**REVISTA DOS  
TRIBUNAIS™**

## DIREITO ELEITORAL DIGITAL

*Autores*

DIOGO RAIS, DANIEL FALCÃO, ANDRÉ ZONARO GIACCHETTA E PAMELA MENEGUETTI

*Coordenação*

DIOGO RAIS



© desta edição [2018]

**THOMSON REUTERS BRASIL CONTEÚDO E TECNOLOGIA LTDA.**

JULIANA MAYUMI ONO

*Diretora responsável*

Rua do Bosque, 820 – Barra Funda

Tel. 11 3613-8400 – Fax 11 3613-8450

CEP 01136-000 – São Paulo, SP, Brasil

TOCOS OS DIREITOS RESERVADOS. Proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfílmicos, fotográficos, reprográficos, fonográficos, videográficos. Vedada a memorização e/ou a recuperação total ou parcial, bem como a inclusão de qualquer parte desta obra em qualquer sistema de processamento de dados. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. A violação dos direitos autorais é punível como crime (art. 184 e parágrafos do Código Penal) com pena de prisão e multa, busca e apreensão e indenizações diversas (arts. 101 a 110 da Lei 9.610, de 19.02.1998, Lei dos Direitos Autorais).

CENTRAL DE RELACIONAMENTO RT

(atendimento, em dias úteis, das 8 às 17 horas)

Tel. 0800-702-2433

e-mail de atendimento ao consumidor: [sac@rt.com.br](mailto:sac@rt.com.br)

Visite nosso site: [www.rt.com.br](http://www.rt.com.br)

Impresso no Brasil [05-2018]

Profissional

Fechamento desta edição [05.04.2018]



EDITORA AFILIADA

ISBN 978-85-203-7218-0

## SUMÁRIO

<b>SOBRE OS AUTORES.....</b>	<b>9</b>
<b>APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1 A IMPORTÂNCIA DA INTERNET E O PAPEL DA JUSTIÇA ELEITORAL NAS ELEIÇÕES ...</b>	<b>17</b>
<b>2 PRINCÍPIOS DE DIREITO ELEITORAL .....</b>	<b>23</b>
2.1. Princípio democrático.....	23
2.2. Princípio republicano .....	25
2.3. Princípio da soberania popular .....	27
2.4. Princípio da liberdade de expressão.....	29
2.5. Princípio da legitimidade e da normalidade .....	29
2.6. Princípio da moralidade eleitoral .....	30
2.7. Princípio da anualidade ou da anterioridade eleitoral .....	31
2.8. Princípio da vedação do anonimato.....	32
2.9. Princípio da disponibilidade da propaganda eleitoral.....	33
2.10. Princípio da responsabilidade.....	34
2.11. Princípio do controle judicial da propaganda.....	36
2.12. Princípio da intervenção estatal mínima .....	38

### PARTE I

#### A TECNOLOGIA E A PROPAGANDA ELEITORAL

<b>3 PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET.....</b>	<b>43</b>
3.1. Propaganda antecipada .....	46
3.2. Conteúdo orgânico, conteúdo editorial e propaganda eleitoral: uma distinção necessária.....	47
3.3. Propaganda eleitoral paga na Internet .....	48
3.3.1. O escopo da legalização da propaganda eleitoral paga na Internet: o impulsionamento de conteúdo .....	52
3.3.2. As regras aplicáveis ao impulsionamento.....	53

3.3.3.	As responsabilidades decorrentes do impulsionamento .....	55
3.4.	Propaganda eleitoral e as mensagens privadas.....	58
3.5.	Direito de crítica x propaganda eleitoral negativa.....	64
3.6.	Notícias falsas na internet ( <i>fake news</i> ) e a propaganda eleitoral.....	68
3.7.	<i>Big data</i> , inteligência artificial e a propaganda eleitoral.....	73
3.7.1.	Breve relato do caso Trump e o <i>Big Data</i> .....	76
3.7.2.	<i>Big data</i> , inteligência artificial e democracia: entre o apocalipse e a responsabilização humana .....	79
4	<b>PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NA INTERNET .....</b>	<b>83</b>
5	<b>O PAPEL DOS PROVEDORES DE SERVIÇO DE INTERNET E SUA RESPONSABILIZAÇÃO NO PROCESSO ELEITORAL .....</b>	<b>91</b>
5.1.	A necessária influência do Marco Civil da Internet na esfera eleitoral .....	91
5.2.	As diferentes categorias de provedores de serviços de Internet.....	93
5.2.1.	Os provedores de acesso ou de conexão à Internet .....	94
5.2.2.	Os provedores de aplicação de Internet .....	97
6	<b>OS PROVEDORES DE CONTEÚDO .....</b>	<b>105</b>
6.1.	Pesquisas e enquetes eleitorais na Internet.....	106
6.2.	Debates e entrevistas com candidatos na Internet.....	113
7	<b>DIREITO À INFORMAÇÃO, LIBERDADE DE EXPRESSÃO E REMOÇÃO DE CONTEÚDO .....</b>	<b>117</b>
7.1.	A importância da Internet para o fortalecimento do regime democrático .....	117
7.2.	A tutela do direito à informação e da liberdade de expressão .....	120
7.3.	Remoção de conteúdo na Internet .....	123
8	<b>DIREITO DE RESPOSTA NA INTERNET.....</b>	<b>131</b>
9	<b>REPRESENTAÇÃO POR PROPAGANDA ELEITORAL ILÍCITA.....</b>	<b>139</b>
10	<b>BLOQUEIO DE APLICAÇÕES DE INTERNET.....</b>	<b>145</b>

## PARTE II

### A TECNOLOGIA ALÉM DA PROPAGANDA ELEITORAL

11	<b>NO FINANCIAMENTO COLETIVO DE CAMPANHA ELEITORAL .....</b>	<b>157</b>
----	--	------------

<b>12 NA PRESTAÇÃO DE CONTAS .....</b>	<b>161</b>
12.1. Prestação de contas partidárias .....	161
12.2. Prestação de contas eleitorais.....	162
<b>13 NO ALISTAMENTO ELEITORAL .....</b>	<b>163</b>
13.1. Título.Net e e-Título .....	163
<b>14 NAS ELEIÇÕES .....</b>	<b>165</b>
14.1. Urna eletrônica.....	165
14.2. Apuração da votação .....	171
14.3. Voto digital e sua impressão .....	173
<b>15 NA FISCALIZAÇÃO CIDADÃ.....</b>	<b>175</b>
<b>16 CRIMES ELEITORAIS E TECNOLOGIA .....</b>	<b>177</b>
16.1. Considerações iniciais: necessidade de reforma dos crimes eleitorais.....	177
16.2. Boca de urna: realização de propaganda eleitoral no dia da eleição.....	180
16.3. Crimes contra a honra .....	183
16.4. Crimes de influência do eleitorado passíveis de serem cometidos pela Internet....	188
16.5. Crimes próprios de informática previstos na Lei das Eleições.....	193
<b>APÊNDICE A – GLOSSÁRIO DIGITAL .....</b>	<b>197</b>
<b>APÊNDICE B – GLOSSÁRIO ELEITORAL .....</b>	<b>201</b>